

BAB II

METODE PELAKSANAAN

Dalam menjalankan KKN di RT 16/RW 04, Tanah Kali Kedinding, Kenjeran, Surabaya, penerapan metode menjadi hal yang krusial. Pada bagian ini, kami akan menguraikan dengan lebih mendalam metode sosialisasi dan konsultasi yang disesuaikan dengan tema kegiatan "Memanfaatkan Media Sosial untuk Personal Branding."

2.1. Metode Sosialisasi

Objek dari sosialisasi adalah masyarakat, dilihat dari perspektif hubungan antarmanusia dan proses yang timbul dari interaksi manusia di dalam masyarakat. Dengan kata lain, dalam konsep sosialisasi terdapat dinamika interaksi antara individu sebagai anggota kelompok. Terbentuknya kelompok-kelompok dalam masyarakat disebabkan oleh adanya sifat-sifat manusia yang saling bertentangan, di mana di satu sisi terdapat dorongan untuk bekerja sama, sedangkan di sisi lain terdapat kecenderungan untuk bersaing dengan sesama manusia demi memperoleh kekuasaan. Kekuasaan menjadi fokus kajian dan konsep politik dalam konteks hubungan sosialisasi (Sutaryo, 2014).

Sosialisasi dapat diartikan sebagai suatu proses yang memperkenalkan individu kepada suatu sistem dan bagaimana individu tersebut menentukan tanggapan serta reaksinya terhadap sistem tersebut. Proses sosialisasi ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial, ekonomi, dan kebudayaan tempat individu berada. Selain itu, interaksi dengan pengalaman-pengalaman sebelumnya dan kepribadian individu juga turut menentukan bagaimana individu merespon dan beradaptasi dalam masyarakat (Sutaryo, 2014).

Proses sosialisasi merupakan langkah pertama yang sangat penting dalam upaya memperkenalkan serta menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dalam lingkup kegiatan yang kami lakukan, fokus utama sosialisasi adalah memberikan pemahaman kepada generasi muda tentang signifikansi membangun citra diri yang positif melalui pemanfaatan media sosial. Secara konseptual, sosialisasi dapat diartikan sebagai suatu mekanisme pendidikan sosial yang melibatkan interaksi serta transfer pengetahuan guna membentuk persepsi bersama mengenai nilai, norma, atau konsep tertentu dalam suatu masyarakat (Macionis & Plummer, 2012).

Dalam konteks KKN, sosialisasi menjadi sarana utama untuk mengenalkan serta memberikan pemahaman kepada masyarakat sasaran tentang konsep personal branding melalui kegiatan yang bersifat edukatif dan interaktif. Sosialisasi dalam konteks ini juga bukan hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi merupakan instrumen esensial dalam membentuk persepsi dan pemahaman bersama di tengah masyarakat. Dengan demikian, sosialisasi dapat menjadi suatu wadah bagi kami dalam menyampaikan sebuah informasi kepada khalayak yang dituju guna mencapai suatu tujuan.

Dalam pola sosialisasi terdapat sarana sosialisasi, diantaranya yaitu metode periklanan, metode promosi, dan metode publisitas. Dalam konteks pola sosialisasi, metode publisitas menjadi salah satu sarana yang memiliki peran signifikan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Metode ini memegang peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap suatu isu atau kegiatan tertentu (Macionis & Plummer, 2012). Dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini, penggunaan metode publisitas dapat diintegrasikan sebagai strategi efektif untuk mencapai tujuan utama, yakni memberikan

pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya membangun citra diri yang positif melalui media sosial.

Metode publisitas mencakup serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mendapatkan perhatian dan dukungan masyarakat tanpa melibatkan pembayaran langsung. Dalam hal ini, metode publisitas menjadi saluran komunikasi yang dapat menjangkau audiens dengan cara yang lebih luas dan terjangkau (Macionis & Plummer, 2012). Sebagai contoh, kegiatan KKN dapat memanfaatkan konsep konferensi pers atau pengumuman media untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh peserta KKN, terutama dalam hal membangun citra positif melalui media sosial.

Dalam upaya menjalankan kegiatan publisitas, kolaborasi dengan pihak media lokal dengan membuat mereka terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan KKN dan merangkumnya dalam bentuk konten yang dapat dibagikan secara luas dapat menjadi langkah proaktif untuk meningkatkan eksposur kegiatan serta menciptakan narasi yang positif. Dengan demikian, melibatkan metode publisitas dalam kegiatan KKN ini bukan hanya sebagai alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang dapat membentuk persepsi positif masyarakat terhadap upaya membangun citra diri yang positif melalui media sosial.

Dalam konteks kegiatan KKN, peranan media dalam proses sosialisasi memiliki dampak signifikan terhadap efektivitas penyampaian pesan dan tujuan kegiatan. Media merupakan saluran komunikasi yang memiliki potensi besar untuk mencapai audiens secara luas, terutama dalam era digital saat ini. Proses sosialisasi dalam kegiatan KKN, yang menekankan pada pembangunan citra diri melalui media sosial, memanfaatkan media sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, membangun pemahaman, dan membentuk sikap peserta terhadap tema yang diangkat.

Media sosial, sebagai bentuk media yang paling relevan dalam era digital, memungkinkan peserta KKN untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan berkomunikasi secara real-time dengan masyarakat sasaran. Media sosial dapat menjadi alat efektif untuk membangun komunitas daring di sekitar topik atau kepentingan tertentu. Selain itu, media sosial memberikan platform untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses sosialisasi, dimana individu dapat memperoleh pengetahuan, nilai-nilai, dan norma-norma sosial (McQuail, 2010).

Peran media sosial dalam membentuk opini publik dan merubah sikap masyarakat terhadap berbagai isu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan untuk memengaruhi persepsi dan sikap masyarakat, yang dapat diadaptasi ke dalam konteks kegiatan KKN untuk mencapai tujuan sosialisasi yang diinginkan. Dengan memahami peranan media dalam proses sosialisasi, peserta KKN dapat lebih efektif memanfaatkannya untuk menyebarkan pesan, membangun hubungan, dan mencapai kesadaran yang diinginkan terkait tema kegiatan. Hal ini sejalan dengan pendekatan komunikasi persuasif yang mencoba memengaruhi, mengubah sikap, dan memberikan pemahaman kepada masyarakat melalui media (Rasmussen & Robertson, 2017).

Sosialisasi akan diwujudkan melalui pertemuan kelompok yang berupa workshop yang bersifat interaktif dan juga informatif. Materi sosialisasi disusun secara menarik dan partisipatif untuk memastikan pemahaman peserta dan merangsang partisipasi aktif. Dalam implementasinya, tim KKN akan melakukan pertemuan kelompok dengan muda-mudi di RT 16/RW 04. Dalam pertemuan ini, akan disampaikan materi mengenai pentingnya citra diri

dalam dunia digital. Workshop interaktif akan diadakan untuk mengajak peserta berdiskusi dan berbagi pengalaman terkait penggunaan media sosial. Pada akhir periode KKN, akan dilakukan evaluasi terhadap metode sosialisasi yang telah diterapkan. Evaluasi ini melibatkan partisipasi peserta, pemahaman mereka terhadap materi, dan perubahan sikap yang dapat terukur. Dari hasil evaluasi ini, akan dilakukan penyesuaian metode jika diperlukan untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal.

2.2 Metode Konsultasi

Metode konsultasi menjadi landasan penting dalam memberikan edukasi mengenai pemanfaatan media sosial dan personal branding pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Dalam menghadirkan pendekatan yang interaktif dan efektif, konsultasi memberikan ruang bagi peserta KKN untuk mendapatkan bimbingan langsung, berbagi pengalaman, dan memahami secara lebih mendalam mengenai pemanfaatan media sosial dan bagaimana membangun citra diri yang positif melalui platform digital.

Konsultasi dalam konteks kegiatan KKN merujuk pada suatu proses di mana peserta dapat mendiskusikan, bertanya, dan berbagi ide dengan para ahli atau fasilitator yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam bidang media sosial dan personal branding. Metode ini memungkinkan terjadinya dialog dua arah yang berfokus pada kebutuhan peserta, sehingga mereka dapat memperoleh pandangan yang lebih khusus dan solusi terkait tantangan yang mereka hadapi (Macionis & Plummer, 2012).

Dalam lingkup kegiatan KKN dengan tema "Memanfaatkan Media Sosial untuk Personal Branding," konsultasi dirancang untuk memberikan pemahaman praktis tentang literasi digital dan personal branding. Peserta diajak untuk mengikuti serangkaian sesi, termasuk pelatihan literasi digital, kelas personal branding, dan diskusi tanya jawab. Selama kegiatan ini, metode konsultasi menjadi elemen penting yang melibatkan peserta secara aktif dalam mendiskusikan pertanyaan mereka, berbagi pengalaman, dan mendapatkan panduan langsung.

Sesi Pelatihan Literasi Digital dirancang untuk memberikan pemahaman dasar mengenai media sosial, dengan fokus pada platform utama seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Dalam suasana konsultasi tatap muka, peserta diajak untuk aktif berpartisipasi dengan menanyakan pertanyaan spesifik terkait penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kelompok kami sebagai fasilitator, memberikan panduan praktis yang mencakup penjelasan mengenai risiko potensial yang mungkin dihadapi peserta dan memberikan tips untuk berinteraksi secara aman dan positif di dunia digital.

Konsultasi ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang penggunaan media sosial dalam konteks personal branding. Dengan menyesuaikan materi dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta, konsultasi menghadirkan informasi yang relevan dan langsung dapat diaplikasikan. Melalui dialog dua arah dalam sesi pelatihan ini, peserta dapat mengembangkan literasi digital yang kuat, memahami aspek praktis penggunaan media sosial, dan menjalankan personal branding dengan lebih efektif dalam era digital saat ini.

Dalam kelas konsultasi personal branding, peserta diperkenalkan pada pentingnya membentuk citra diri yang positif. Fasilitator menyelenggarakan workshop singkat yang

membahas dasar-dasar personal branding dan memberikan tips praktis untuk membuat serta memelihara citra positif melalui konten yang dibagikan di media sosial. Peserta diajak untuk aktif bertanya langsung, berdiskusi mengenai situasi pribadi mereka, dan mendapatkan saran yang spesifik tentang cara meningkatkan daya tarik personal branding mereka. Dengan suasana interaktif, peserta dapat memahami konsep personal branding secara mendalam dan menerapkannya dalam konteks penggunaan media sosial. Sesi konsultasi ini memberikan wadah bagi peserta untuk secara langsung berpartisipasi dalam pengembangan citra diri mereka, dengan mendapatkan pandangan yang personal dan relevan dari fasilitator yang berpengalaman dalam bidang personal branding.

Sesi diskusi dan tanya jawab menjadi forum utama untuk konsultasi dalam kegiatan KKN ini. Peserta diajak untuk berbagi pengalaman mereka, mengajukan pertanyaan terkait hal-hal yang masih membingungkan, serta mendiskusikan tantangan umum dalam penggunaan media sosial. Fasilitator memberikan jawaban yang informatif dan solusi praktis, sambil membahas berbagai isu terkait personal branding dan pemanfaatan media sosial. Diskusi ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan tambahan, tetapi juga menciptakan ruang bagi peserta untuk saling mendukung dan berbagi inspirasi. Dengan demikian, sesi diskusi dan tanya jawab bukan hanya sebagai pertukaran informasi, melainkan juga sebagai sarana untuk membangun komunitas yang berorientasi pada pengembangan diri dan memotivasi peserta untuk mengimplementasikan pembelajaran mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Tema kegiatan KKN yang berfokus pada "Memanfaatkan Media Sosial untuk Personal Branding" memberikan dasar yang kuat untuk mengintegrasikan metode konsultasi ke dalam konteks yang lebih luas. Dalam konteks ini, konsultasi tidak hanya menjadi alat untuk memberikan panduan praktis seputar media sosial dan personal branding, tetapi juga sebagai sarana yang mendalam untuk membantu peserta menggali potensi diri mereka.

Dalam kegiatan KKN, konsultasi memiliki peran krusial dalam mendukung peserta untuk memahami cara mempresentasikan diri secara online dan meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi melalui platform digital. Konsultasi tidak hanya sebatas memberikan solusi umum, tetapi dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu, memberikan panduan personal yang sesuai dengan tujuan pembentukan citra diri yang positif (West & Turner, 2018).

Manfaat konsultasi dalam konteks KKN sangat beragam. Pertama, peserta dapat mengakses panduan langsung dan solusi yang relevan terkait penggunaan media sosial dan personal branding. Ini memberikan keuntungan nyata karena peserta dapat mengatasi masalah atau tantangan yang mereka hadapi secara spesifik. Kedua, konsultasi menciptakan ruang untuk berbagi pengalaman antarpeserta, menciptakan atmosfer kolaboratif yang mendukung pertukaran pengetahuan dan ide. Ketiga, melalui konsultasi, peserta dapat meningkatkan literasi digital mereka, mengenali potensi risiko dan peluang di dunia digital, dan dengan demikian, memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks penggunaan media sosial (West & Turner, 2018).

Dengan menggabungkan metode konsultasi ke dalam kegiatan KKN, bukan hanya memberikan bimbingan praktis, tetapi juga menciptakan pengalaman pembelajaran yang berharga dan berkesinambungan. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan tentang personal branding melalui media sosial, tetapi juga mengembangkan keterampilan berpikir

kritis, kolaborasi, dan adaptasi dalam menghadapi dinamika dunia digital. Dengan demikian, konsultasi menjadi landasan yang kokoh untuk mencapai tujuan utama kegiatan KKN dalam meningkatkan literasi digital dan membantu peserta memahami peran positif media sosial dalam membangun citra diri yang sehat dan positif (West & Turner, 2018).